

VU Research Portal

Manipulated markets

Mirgorodskaya, E.

2017

document version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

Mirgorodskaya, E. (2017). *Manipulated markets: Essays on how news media affect investors' minds*. [PhD-Thesis – Research external, graduation internal, Vrije Universiteit Amsterdam].

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Abstract

In dit proefschrift onderzoek ik met behulp van empirische, experimentele en linguïstieke methoden de rol van nieuwsmedia bij het ontstaan van beleggerssentiment en de impact hiervan op financiële markten. Ik bespreek bevindingen waaruit blijkt dat in het oog springende stimuli in de media - zoals journalistieke stijl, sentiment, onzekerheid en toon - net zo belangrijk zijn als feitelijke informatie als het gaat om het ontstaan van emoties en de perceptie van nieuws bij lezers. De door de media gekozen nieuwsfeiten én de manier waarop deze worden gepresenteerd, bepalen hoe beleggers de algemene economische toestand ervaren en moedigen hen aan om eerdere beleggingsbeslissingen aan te passen. Als gevolg hiervan reageren financiële markten op veranderingen in sentiment, zowel direct als ook wat verder in de tijd. Het is mogelijk om uit stimuli in nieuwsmedia indicatoren af te leiden die toekomstige markontwikkelingen kunnen voorspellen. Mijn onderzoek is zowel relevant voor academici op het terrein van behavioral finance als beleggingsprofessionals die gedragsfactoren willen gebruiken in voorspelmodellen.